



GLOSARIO DE TÉRMINOS

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES: REALIZAR INFORMES DE DEFINICIÓN Y SEGUIMIENTO DE LAS POLÍTICAS Y PLAN DE MARKETING

Código: ECP2185_3

NIVEL: 3



Briefing: (Anglicismo). Documento que sirve como herramienta de comunicación entre una empresa y sus proveedores de marketing. En él, la empresa debe explicar qué está buscando conseguir con un proyecto en concreto, para qué, en qué plazo temporal y con qué medios.

Cobertura de seguro: Obligación principal del asegurador en un contrato de seguro, consistente en hacerse cargo, hasta el límite de la suma asegurada, de las consecuencias económicas que se deriven de un siniestro.

Competencia: Situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio.

CRM: (Customer Relationship Management. En español, gestión de la relación con el cliente). Sistema de gestión integral de la clientela en sus ámbitos de relación con una empresa, ventas, marketing, atención al cliente y todos los puntos de contacto.

Distribuidor de seguros: Persona física o jurídica que realice la actividad de distribución de seguros. Tienen la consideración de distribuidores de seguros: a) Las entidades aseguradoras. b) Los mediadores de seguros. c) Los mediadores de seguros complementarios.

Fidelización: Acción conducente a crear un vínculo entre la entidad u organización y el usuario, con el fin de incrementar y consolidar su práctica o consumo.

Imagen corporativa: Percepción del público sobre una organización, el conjunto de creencias, actitudes, ideas, prejuicios y sentimientos de los consumidores y usuarios sobre la entidad. Esa imagen no depende únicamente de los productos y servicios que ofrece la organización sino también de la relación que establece con sus clientes, usuarios, trabajadores y la sociedad en general.

Intranet: (Anglicismo). Red informática interna de una empresa u organismo, basada en los estándares de Internet, en la que las computadoras están conectadas a uno o varios servidores web.

Inversión: Acción de colocar capital o dinero en una actividad económica, proyecto u operación con el objetivo de obtener un rendimiento económico en un plazo de tiempo determinado.

KPI: (Key Performance Indicator. En español, Indicador Clave de Rendimiento). Cada uno de los indicadores que utilizan las empresas para supervisar y evaluar la eficiencia de sus operaciones diarias.

Marketing: (Anglicismo. En español, mercadotecnia, mercadeo o mercadología). Conjunto de actividades y procesos destinados a crear y comunicar valor de marca, identificando y satisfaciendo las necesidades y deseos de los consumidores.

Marketing-mix: (Anglicismo). Conjunto de herramientas que ayudan a una empresa a alcanzar sus objetivos y a la toma de decisiones en la gestión comercial, basados en la capacidad de influir en los consumidores y motivarlos



a elegir un producto o servicio determinado y se desarrolla a través de cuatro aspectos: Producto, Precio, Punto de Venta y Promoción.

Marketplace: (Anglicismo). Plataforma online en la que diferentes marcas, empresas o tiendas pueden vender sus productos o servicios. Centro comercial online.

Online: (Anglicismo). Estado activo de conectividad en Internet.

Redes sociales: (RR. SS.). Estructura formada en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ella, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.